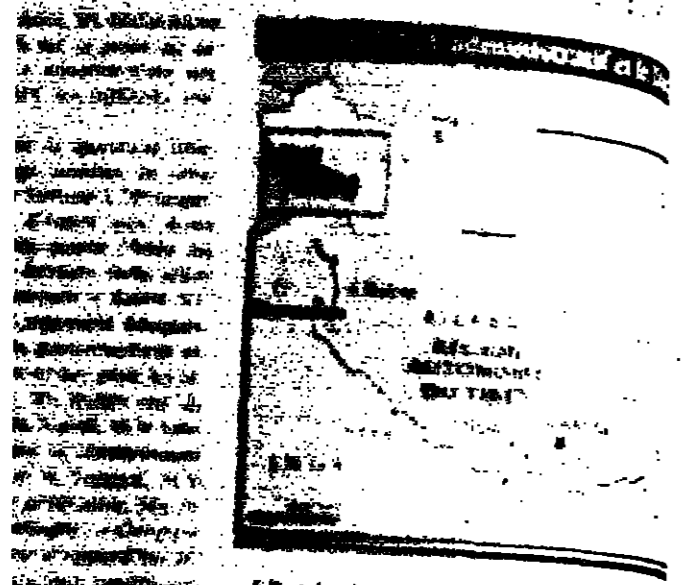


**Il y a quarante ans
l'insurrection au Pays des**



discute toujours de l'autorisation

discute toujours de l'autorisation

Les Etats-Unis déterminés à « contenir » Saddam Hussein

KOWEÏT. Le secrétaire américain à la défense, William Cohen, a affirmé, mardi 9 mars, que son pays était déterminé à « contenir » le président irakien Saddam Hussein pour s'assurer qu'il ne menacera plus ses voisins. « Nous allons continuer à agir pour empêcher d'aller dans le nord ou dans le sud, et pour s'assurer qu'il ne représente pas de menace pour ses voisins dans la région », a déclaré M. Cohen, lors d'une visite sur la base aérienne d'Al-Jaber, où sont déployés des avions américains et britanniques chargés de patrouiller la zone d'exclusion aérienne dans le sud de l'Irak. Un porte-parole militaire irakien a annoncé, mardi, que des avions américains et britanniques avaient mené dans la journée des raids contre plusieurs provinces dans le nord du pays, sans faire état de victimes. D'après un porte-parole américain, les raids ont visé des sites de missiles. Après les Emirats arabes unis, le Qatar a demandé mardi aux Etats-Unis de mettre fin à leurs raids en Irak. (AFP Reuters.)

■ CISJORDANIE : les autorités israéliennes ont démolli, mardi 9 mars, en Cisjordanie, une maison appartenant à une famille de Palestiniens qui travaillent au Venezuela, ont indiqué des témoins. Un porte-parole militaire de l'administration des territoires occupés a indiqué que la maison, située près de la colonie juive de Givat Zeev, avait été construite sans permis. Israël démolit régulièrement des maisons de Palestiniens dans les zones occupées depuis 1967, prétextant qu'elles ont été « construites sans permis », ou pour « des raisons de sécurité ». (AFP)

MONTBLANC

Le Meisterstück a 75 ans.

75 ans d'âme et de passion

Seule la passion est capable de créer une pièce d'horlogerie telle que le Meisterstück Montblanc. En 75 ans, ce classique indémodable est resté inchangé et la passion toujours. Pour célébrer le 75^e anniversaire du légendaire Meisterstück, Montblanc édite une série spéciale portant un nouveau plateau or gravé des mots "75 years of passion and soul". Le tout rehaussé d'un superbe diamant. Cette édition "anniversaire" unique s'étend aussi aux autres produits de la ligne Meisterstück : stylos et montres.

Boutiques Montblanc

Paris 6^e : 47, rue de Rennes
Paris 8^e : 60, rue du Faubourg St Honoré
Bordeaux : 26, Cours Georges Clemenceau
Nice : 2, rue Paradis

M. Khatami a entamé en Italie la première visite d'un président iranien dans un pays occidental

Téhéran brise ainsi un isolement qui aura duré vingt ans

Le président iranien, Mohamad Khatami, a entamé, mardi 9 mars à Rome, une visite officielle de trois jours, brisant l'isolement de son pays depuis l'avènement de la République islamique. M. Khatami, qui rencontrera aussi le pape Jean Paul II au Vatican, est

attendu en France le 12 avril, le lendemain du vingtième anniversaire de la proclamation de la République islamique.

ROME
de notre correspondant
Vingt ans après la révolution islamique de 1979, l'Iran cherche à briser son isolement international à l'occasion de la visite en Italie de son président, Mohamad Khatami. Elu en mai 1997, ce réformateur, dont les amis ont remporté les premières élections municipales organisées en Iran le 26 février, est arrivé, mardi 9 mars à Rome, pour une visite de trois jours. Le président iranien a, d'emblée, plaidé pour « un monde en équilibre » et un « renforcement des organisations internationales comme les Nations unies », dont il a déploré « la faiblesse croissante ».

Si l'Italie a été choisie comme première destination, c'est en raison des bons rapports qu'entretenaient les deux Etats. Romano Prodi fut, en juillet 1998, le premier président du conseil à se rendre à Téhéran, et l'Italie revendiqua la place de deuxième partenaire européen de Téhéran après l'Allemagne. L'ENI (société nationale d'hydrocarbures) a signé, le

1^{er} mars, en collaboration avec Elf, un contrat de 1 milliard de dollars (925 millions d'euros) pour l'exploitation des champs pétroliers de Dorood, au nord du Golfe. Le pétrole devrait donc être au centre des entretiens qu'aura le président iranien tant à Rome qu'à Paris, où il est attendu à la mi-avril. Mehdi Hosseini, vice-ministre iranien du pétrole, ne l'a d'ailleurs pas caché, à un moment où l'Iran souffre de la chute des cours du brut et de la loi D'Amato, en vertu de laquelle les Etats-Unis menacent de sanctionner toute société qui investirait pour plus de 40 millions de dollars (34 millions d'euros) dans le domaine des hydrocarbures en Iran.

Dès son arrivée, Mohamad Khatami a souhaité, devant les députés et les sénateurs italiens, « une collaboration réciproque entre le monde islamique et l'Europe », estimant qu'« il est indispensable de trouver des solutions dans le cadre de la coopération régionale et mondiale ». Reçu par le chef de l'Etat, Oscar Luigi Scalfaro, il devait rencontrer, mercredi, Massimo D'Ale-

ma, chef du gouvernement, qui estime que « les espoirs de modération et de réformes apportés par le président Khatami doivent être encouragés, même s'il ne faut pas cacher les réserves que nous avons en ce qui concerne les droits de l'homme et les choix de politique internationale ».

Pour Lamberto Dini, ministre des affaires étrangères, « l'Iran peut devenir un facteur de stabilité dans toute la région du Moyen-Orient ».

UNE VILLE EN ETAT DE SIÈGE
Plusieurs milliers d'opposants au régime iranien ont manifesté dans les rues de Rome leur désaccord avec cette visite officielle. Selon l'organisation des Moudjahidines du peuple, Mohamad Khatami n'est pas « un nouveau Gorbachev » et « ne veut pas renverser la révolution islamique, mais cherche à éviter qu'elle ne soit balayée ».

La présence du président iranien est loin de faire l'unanimité du monde politique italien, y compris au sein de la majorité. Une pétition hostile à cette visite aurait rassemblé la moitié des députés (320 sur 630) et l'opposition critique la « politique du tapis rouge » pour le représentant d'un régime qui est loin d'avoir fait la démonstration que le printemps s'est annoncé en Iran. Les Romains, eux, sont furieux parce que leur ville a été placée en état de siège et qu'il est devenu impossible d'y circuler en raison des nombreux barrages.

Au-delà de ce séjour placé sous haute surveillance, la rencontre prévue jeudi au Vatican entre le pape Jean-Paul II et M. Khatami – par ailleurs président en exercice de l'Organisation de la conférence islamique (OCI) qui regroupe 55 pays –, sera la première du genre. Pour le Vatican, il s'agit d'une rencontre historique, même si le cardinal Angelo Sodano, secrétaire d'Etat au Saint-Siège, fait remarquer que le pape « ouvre ses bras à tous ceux qui demandent audience, lorsque c'est possible, et saisit l'occasion pour rappeler aux chefs d'Etat et de gouvernement quels sont leurs devoirs ».

Michel Bôlle-Richard

Cheikha Moza El Misned, épouse de l'émir du Qatar et militante des droits des femmes « Le scrutin du 8 mars est un premier pas vers la démocratie »

DOHA
de notre envoyé spécial
L'une des trois épouses de l'émir du Qatar et mère du prince héritier, Cheikha Moza El Misned, est une militante des droits des femmes, dont elle a récemment soutenu l'inscription sur les listes électorales du scrutin du 8 mars, une première dans les pays du Golfe.

tal ; elles sont également mentionnées dans l'islam.

« A quoi tient l'image négative de l'islam dans les pays occidentaux ? »

« Les médias occidentaux ont une grande part de responsabilité. Ils rapprochent toujours l'islam du terrorisme. On parle de groupes islamiques, en Egypte ou ailleurs. Je suis musulmane et l'islam, ce n'est pas cela. Au Qatar, je peux vous assurer que notre droit civil, fondé sur l'islam, donne beaucoup de droits aux femmes : ainsi en matière de divorce.

« Quand de hautes responsabilités seront-elles exercées par des femmes ? La société qatarie y est-elle prête ? »

« Pour avoir une femme à un ministère important, il faudra bien sûr du temps. J'ai l'impression qu'il en a fallu beaucoup aussi chez vous. Mais rien n'est interdit. (...) Les portes sont ouvertes et c'est aux citoyens de prendre leurs responsabilités. »

Propos recueillis par Gilles Paris

Mensuel. En vente chez votre marchand de journaux.

Les idées toutes faites sont faites pour être défaits.

Nouvelle formule 24 F

Le Monde des DEBATS

Restez libre, cultivez votre sens critique.

051 71 11 47

abus doctrina

PRÊT-À-PORTER HIVER 1999/2000

Fièvre disco et haute protection

Amazones d'Yves Saint Laurent par Alber Elbaz, randonneuses de luxe chez Vuitton, paysannes des villes chez Eric Bergère, Paris s'offre à tous les voyages

ENTRE deux giboulées, les rédactrices de mode converties au chic hippy dans leurs chaussettes de laine en tire-bouchon ou leur jean à plumes Gucci commencent à sortir les vitamines de leur sac Fendi, après trois jours de défilés - une cinquantaine programmés entre dimanche et mardi - et quelques piétinements en coulisses, pour croiser Catherine Deneuve ou le chorégraphe William Forsythe au côté d'Alber Elbaz.

Les festivités fin de siècle ont débuté sur des sonorités disco, de vieux tubes new wave et des chants d'église. Dans cette transition vestimentaire vers l'an 2000, le corps oscille entre une envie frénétique de fête et un besoin de carapaces protectrices. Dans des entrepôts obscurs (Olivier Theyskens) ou sur des podiums ventilés (Christophe Lemaire), les visions s'enchaînent. Dimanche après-midi, dans une salle bondée du Carrousel, Jérôme Dreyfuss - qui conseille désormais Inès de la Fressange sur ses collections de prêt-à-porter - a accueilli son monde au son des Jackson Five avec une boule disco géante pivotant au plafond. Dans une ambiance artisanale (trois quarts d'heure après l'horaire programmé, les techniciens règlent toujours les lumières), des clones des *Drôles de dames* sont arrivés. Carré à frange lustré, cigarette au bec et rouge à lèvres orange, les mannequins se sont déhanchés dans des pattes d'éph' fuchsia et des fourreaux drapés d'égéries du disco. Naomi Campbell a clôturé la surprise-partie de ce jeune homme de vingt-quatre ans en perdant sur le podium quelques plumes de gibier de sa robe.

ENTRE OULAN-BATOR ET LA CITY

Au Louvre-encore, lundi, Eric Bergère a revisité la fin des années 70 avec des poupées slaves, arborant lunettes à verres fumés, bottes rouges et fichus. « C'est une collection pour paysannes des villes, entre Oulan-Bator et la City », explique cet inconditionnel d'Yves Saint Laurent qui a superposé pantalons à rayures tennis, jupes délicatement brodées de fleurs et pulls de mohair, mélange



de tissus précieux et sévères. « En cette fin de siècle, on a besoin de se rassurer et d'emporter tous ses vêtements avec soi », précise le créateur.

Toujours attendue pour ses beautés sûres d'elles et pleines d'énergie, Isabel Marant, l'une des plus commerciales de la jeune génération de créateurs français, est partie à la conquête de l'Ouest à l'Élysée Montmartre, sur un remix des musiques d'Ennio Morricone. Pétroleuses, filles de sa- loons, trappeurs en peaux de bête, indiennes en pantalons frangés et étoles multicolores, voyageuses de diligence en longue jupe noire... toute l'iconographie du western passe en revue.

S'échappant des clins d'œil saisonniers, Martin Margiela a continué d'explorer un luxe intemporel et bien-pensant pour sa troisième collection Hermès, présentée lundi soir dans la boutique du faubourg Saint-Honoré. « C'est sans ostentation, c'est quelque chose de discret », « le chic, c'est d'être naturelle », répètent les voix de la bande-son. Parée pour un week-end chic en Solagne ou pour surveiller ses terres en Bordelais, la femme Hermès s'affiche souriante et épanouie, dans des matières qui glissent sur le corps, sans jamais le dévoiler. Dou-doune réversible en agneau plume,

Une nouvelle « Jolie Madame » revue par Junya Watanabe, sous un auvent de cheveux.

Fente à bords francs et trench doublé de soie siglée rouge lipstick, par Alber Elbaz pour Yves Saint Laurent.

Photographies Jean-François Campos/VU

Chapkas et fichus Babouchka pour les héroïnes slaves d'Eric Bergère.

Anne-Laure Quilleriet



L'expédition Vuitton

Les anciennes reines (Naomi Campbell, Eva Herzigova) et les égéries du moment (Audrey Marnay, Maggie Rizer, Erin O'Connor) étaient au rendez-vous dans la serre du Parc André-Citroën pour la troisième collection de Marc Jacobs pour Louis Vuitton. Réputé pour son minimalisme *sportswear*, le styliste a élargi son champ chromatique avec des imprimés optiques, des pointes de rouge ou de lurex. L'univers du voyage est passé en revue, de l'élégance aéro- port en imper de coton thermocollé à la randonnée urbaine luxueuse à l'abri d'une étoile d'hermine ou d'une veste de skis dont le pelage mine ou d'une veste de skis dont le pelage tiques, des ponchos retenus par une patte de cuir ou une couverture de laine maison recur ou une couverture de laine maison recur pour scout fortuné reste le sac à dos de camping en toile monogramme rouge, avec un plaid sanglé comme un duvet. A quand le tapis de sol et le réchaud siglés Vuitton ?



Les couleurs du noir

veste « jumelle » en cachemire léger, pantalon coulé en baby alpaga, vareuse en super 150, les classiques rassurant se déclinent dans une palette champêtre (vert olive, terre d'ombre, crin ou pierre).

Chez Dries Van Noten, la couleur se pose par touches, sur les harmonies de feuilles d'automne. D'une robe kaki en laine froide s'échappe une jupe de velours carmin brodée de perles. Installé sous les voûtes gothiques de la Conciergerie, ce pilier de l'école d'Anvers a clôturé la journée de lundi par une procession pleine de poésie. Joues roses sur une peau d'opale, quelques fleurs égarées dans les cheveux, ses apparitions - coïncidence de calendrier - ont un air de Burne-Jones ou de Rossetti.

DOUX, mouillé, maigre ou enveloppant, le noir transforme les podiums parisiens en échiquiers. Trois cents kilos de chemises blanches sous des dalles de Plexi que martèlent les belles de nuit de Jean Colonna. A l'Élysée Montmartre, les voici, passagères des nuits blanches au corps poétiquement revoilé de nylon noir, fumées si nueuses qui enjambreraient les gravats d'une ville démolie ou renaissante. Noir punk, noir ska : le voici qui revient, avec ses jambes entravées de ceintures chez Costume National, entre plastron à mentonnières, jupes chap's et synthétiques luisants sur des créatures aux cernes violets ou bleu

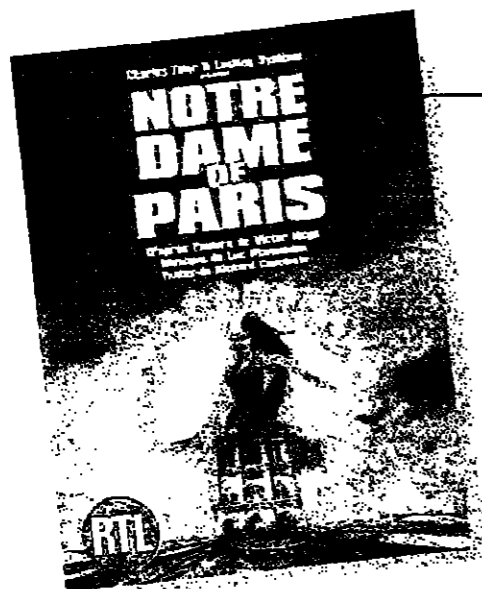
azur. Là où le noir révèle chez les uns, un retour aux années 80, il apparaît chez d'autres, il calligraphie des silhouettes dans l'espace, telles des apparitions : noir couture de Junya Watanabe, très aplaudi, qui concilie le souvenir d'une élégance Jolie Madame, avec celle plus fonctionnelle, d'un monde où tout se pile, se met en boule, une veste devenant sac. Noir fluide et construit de Yohji Yamamoto, vestes d'homme et longues loupes fendues, dans la fluidité d'un éternel recommencement cadencé par Tom Waits. Obsédé par les images d'August Sander, le créateur japonais semble toujours s'inspirer d'un monde très codifié par le travail, comme ici le pensionnat, avec ses chemises amidonnées et ses kilts, pour l'aérer et le faire sien. Alors, le noir s'offre à l'infini des possibles, devient rubis, vert bronze, cape Lorenzaccio de velours, offert à des fronces géantes, un peu trop théâtrales sur la fin.

Noir des amazones d'Yves Saint Laurent, revues par Alber Elbaz : pour son premier défilé maison, le transfuge de Guy Laroche, échappant au piège de la trahison ou du plagiat, a dégaï des lignes fortes, sensuelles, que révélaient dans l'absence d'un style, tailleurs, pantalons, sweaters, trenchs, smokings, avec un sens des silhouettes qu'il étire pour mieux les dissocier, multiplier les jeux de rôles sport-soir (la robe « Paris » devenue sweater, une autre en taffetas à manches ballon devenu blouson). Avec le noir, la lumière rose flamenco, rouge lipstick, orange, éclate en touches vives, que ponctuent des des gris-gris de corne ou d'ébène. Pari réussi, occulté peut-être par la démarche indifférente et pressée des mannequins, pour lesquelles décidément, l'axe New York, Londres, Milan, Paris, ressemble à un tunnel sans fin.

L. B.

صكنا من الامل

RTL partenaire des événements essentiels



TRIOMPHAL

NOTRE DAME DE PARIS

Du jamais vu !

PHENOMENAL

le dîner de cons

Plus de 10 millions de convives !



HISTORIQUE

LA VIE EST BELLE

7 nominations aux Oscars !



UNIQUE

Johnny Hallyday

240 000 spectateurs en 3 jours au Stade de France !



FANTASTIX

Astérix & Obélix

CONTRE CÉSAR

Déjà 8 millions d'entrées !



In conte sur un tas de

Les techniques du Tibet à

EDOUARD LOC
LA LA HUM

Handwritten notes and calculations at the bottom of the page, including "11V - 19", "CV2", and a circled "525".

5/5

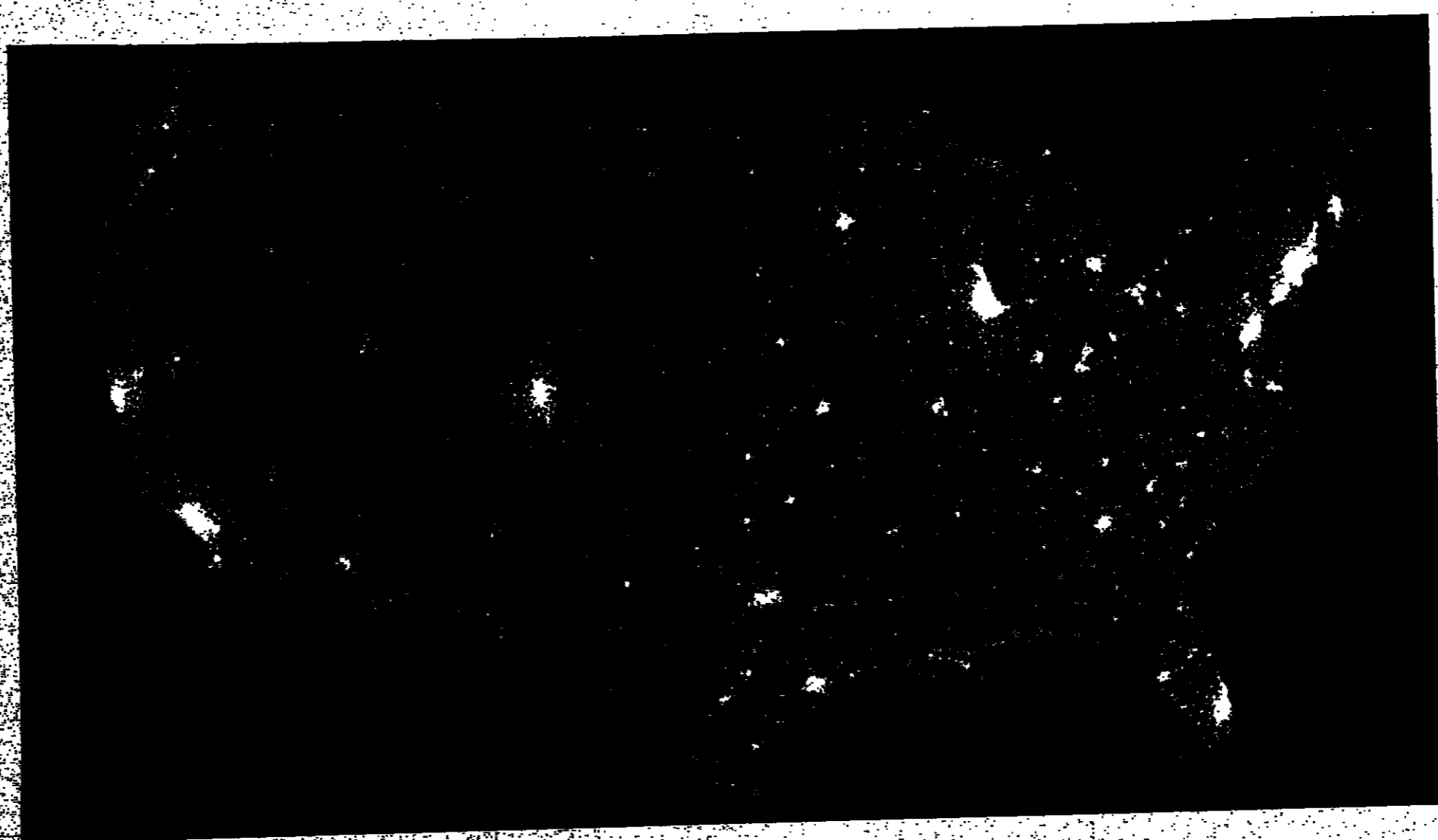
02/0

612 -
11 - 11

RADIO-TELEVISION

(Publicité)

LE MONDE / JEUDI 11 MARS 1999 / 33
LE MONDE / JEUDI 11 MARS 1999 / 33



Une constellation de villes américaines à portée de la France.

Plus de 220 destinations américaines.
Ajoutez-y le nouveau siège United
BusinessSM, plus d'espace en cabine,
un service attentionné, un des meilleurs
programmes de fidélisation et vous
comprenez pourquoi,
si voyager fait partie de votre vie, United aussi.

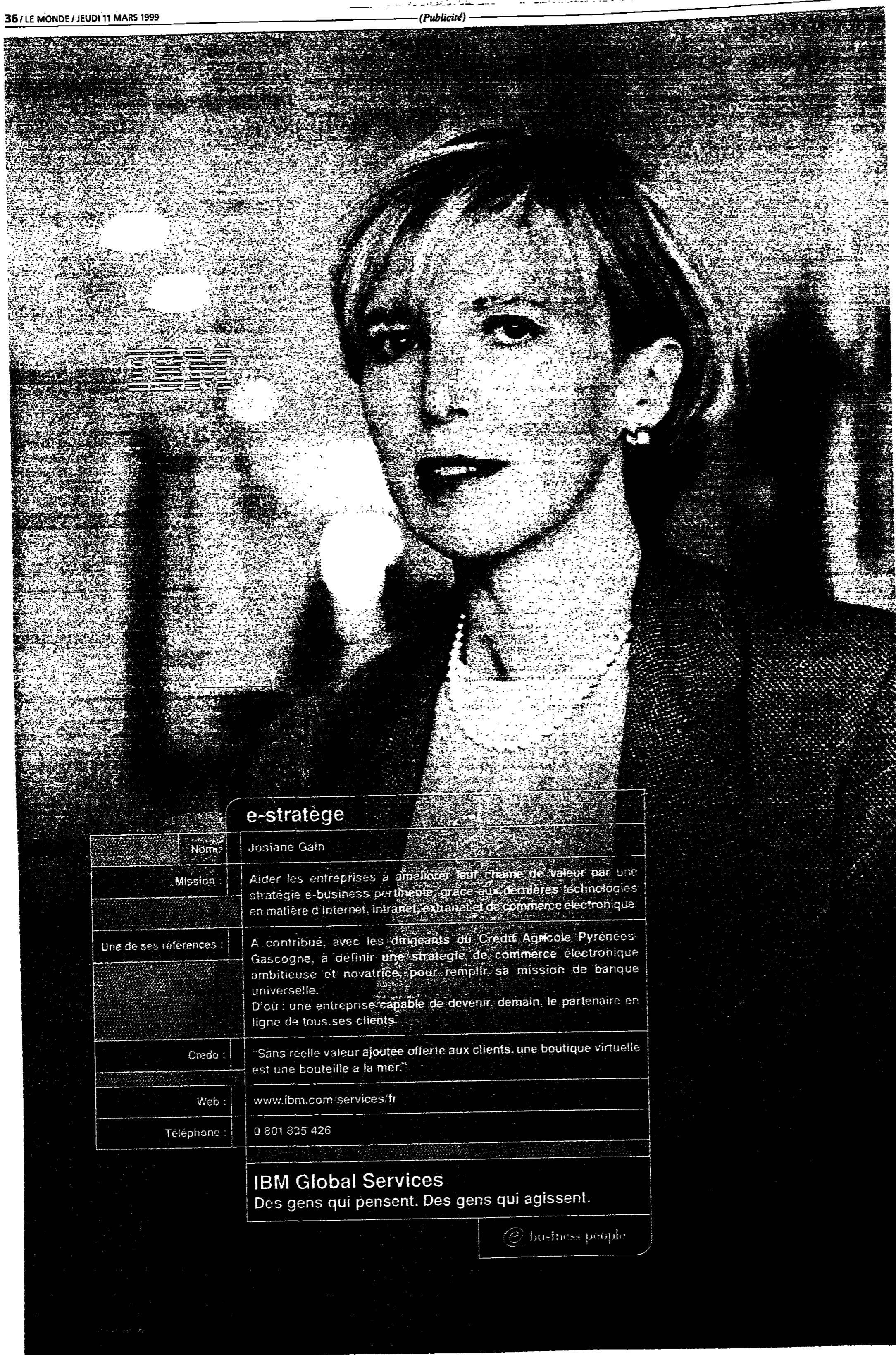
UNITED
AIRLINES
RISING


STAR ALLIANCE[®]
Le monde à son réseau aérien.

Pour plus d'informations, contactez votre agence
de voyages, ou United Airlines au 0 801 72 72 72
(N° Azur) ou composez le 3615 United (1,29 F/mn). www.ualfrance.fr

051 01111

صكنا من الامل



e-stratège	
Nom :	Josiane Gain
Mission :	Aider les entreprises à améliorer leur chaîne de valeur par une stratégie e-business pertinente, grâce aux dernières technologies en matière d'Internet, intranet, extranet et de commerce électronique.
Une de ses références :	A contribué, avec les dirigeants du Crédit Agricole Pyrénées-Gascogne, à définir une stratégie de commerce électronique ambitieuse et novatrice, pour remplir sa mission de banque universelle. D'où : une entreprise capable de devenir, demain, le partenaire en ligne de tous ses clients.
Credo :	"Sans réelle valeur ajoutée offerte aux clients, une boutique virtuelle est une bouteille à la mer."
Web :	www.ibm.com/services/fr
Téléphone :	0 801 835 426
IBM Global Services Des gens qui pensent. Des gens qui agissent.	
	

La véracité du témoignage
contre Roland Durr

Le Monde
L'avenir de
l'Amérique latine
Table Ronde

Le Monde
HORS-SÉRIE
Chez votre marchand
de journaux - 20 F

S T Y L E S

Le Monde

la mode

en capitales

Sport et cités

t d'oxygène sous un ciel atmosphériquement pur. L'immensité bleue devient, dans le village global, une promesse d'infini. Associés à des matières techniques, poids plume, déperlantes, réfléchissantes, les pastels gagnent en énergie ce qu'ils perdent en sucre, parés pour presque toutes les prévisions météorologiques. Narguer les fuseaux horaires, passer du soleil de minuit aux orages asiatiques avec des vêtements inspirés du sport, tel est le nouveau luxe offert à tous les vents de l'ailleurs. Au sommaire de ce Cahier « Styles » du printemps 1999, l'arc-en-ciel du voyage est à l'honneur, avec une palette de villes et de tendances vitaminées, de Casablanca la cité blanche à Tel Aviv la noctambule cosmopolite. Quand le denim se fait caméléon, célébré par les créateurs sous toutes ses coutures, les couleurs manga de l'été, rose, orange et turquoise, éclatent comme des fruits mûrs, la beauté retrouve ses fards et le design en pleine révolution ludique multiplie ses clins d'œil à l'utopie op et pop des années 60. De quoi voir l'avenir sans cumulus...

Laurence Benaim



TES
141,
arles
ciac.

lanc
erry
43 F

ie en
3 €1,
d'un
150 F

rt et
95 F
rt en
azur,
deur.

re en
loris.

Tod's
nts et
ouge

rs de
eront
Crazy
rs.
ation,
ré, 3

tophe
euris,
e lin,
chez

18 C.
30 €1,
résine
Acca
ps.

SUPPLÉMENT AU MONDE DU 11 MARS N°16834. NE PEUT ÊTRE VENDU SÉPARÉMENT.

051 711 111

soleil nuages et



GRAIN
Blouson zippé à manches courtes en Nylon transparent, Prada Sport.
Photographe Eric Traoré, réalisation Marie-Hélène Gautier,
maquillage Topolino, coiffure Bruno Silvano chez Marie-France,
mannequin Sean, agence Viva.



BRUME
Cachées sous un film plastique,
des lunettes Cutler and Gross.

l'embellie a gagné les podiums. Les mannequins aux joues roses et pleines ont remplacé les longues tiges désincarnées. Entre broderies aériennes qui effleurent le corps comme des perles de rosée, enductions déperlantes et Nylon poids plume, la mode de l'été apprivoise les éléments. L'eau joue avec l'air dans une palette ciel et écume et la technologie s'adoucit. Pour parer un corps en pleine santé, régénéré dans les eaux des spas, gorgé d'huiles essentielles et de laits végétaux

transparence vent de beauté

Rose aux joues, peau abricot et chevelure carotte : le mannequin américain Maggie Rizer irradie les podiums par sa mine sans apprêt, qui éclipse les filles aux yeux fatigués. Dans la mouvance aromathérapie, Lancôme parle de neurocosmétique avec un fluide fraîcheur, Hydra-zen, reposant la peau, aux notes de rose et d'ylang-ylang. Pour redoper les visages fatigués, Biotherm combine magnésium, oligo-éléments et acide aspartique dans le gel onctueux bleu azur D-Stress. Aujourd'hui, on ne camoufle plus, et l'éclat extérieur vient d'une hygiène intérieure sans reproche. Détaxifier la peau est le leitmotiv de la tendance. Dans cette quête du corps sain, le rituel gélule s'est imposé au petit déjeuner. En témoigne le succès des compléments nutritionnels Oenobiol créés en 1985 : un taux de croissance de 20 % et un chiffre d'affaires qui a

concentré d'éclat et textures micro-aérées apprivoisent la lumière, sous le signe de la fraîcheur et de la bonne mine

glisse comme un souffle d'air sur la peau. Côté teint, Vichy lance Aéra-teint, une texture micro-aérée, loin des fonds de teint plâtre. Chez Clarins, la poudre de nacre se pose du bout des doigts sur le visage pour apprivoiser la lumière. Une fraîcheur spontanée que cherche Terry, directrice du maquillage Yves Saint Laurent, avec les crayons poudrés et la mousse de teint Ambre rosé, façon seconde peau. Zen Spirit de L'Oréal, Candide de Lancôme, Esprit es-tu là de Bourjois : les gammes de maquillage cultivent l'allure bucolique de jeunes filles en fleurs, aux joues roses de plaisir. Une démarche quasi religieuse chez Shu Uemura et sa ligne immaculée qui « ne s'attache pas aux formes, aux textures, aux couleurs, mais cherche à exprimer la pureté de l'âme » avec des non-couleurs et des textures transparentes.

A.-L. Q.

Urban Warriors (guerrières urbaines), voilà comment la presse anglo-saxonne a baptisé les héroïnes des podiums de l'été 1999. Cete saison, le kaki est pourtant bleu azur et le coton blanc cumulus flirte avec les coupe-vent de Nylon lancés par Prada - parmi les produits les plus « adaptés » de l'été - vendus chez H & M, Miss Selfridge ou Ravel à Londres. Un raz de marée de zips s'abat sur une mode occidentale partie à la reconquête d'une Asie, arrosée dès le mois d'août de pluies torrentielles. Entre deux gi-boulées, le soleil irradie, justifiant le passage de la pâleur minimaliste, à la bonne mine rafraîchissante par des gestes « nouvelle vague », de brumes hydratantes (Jeanne Piauvert), en eaux cellulaires (Esthederm), et de crèmes K-WAY aux textures fluides. Sous le signe d'un chic « cool », couleur de sable, d'écume et de coquillage (Céline), le luxe célèbre la lumière répartie entre drapés liquides (Ungaro), abstractions brodées sur des soies « papier calque » (Lanvin), vagues de perles (Loewe), et reflets mouvants dignes des ciels de l'Atlas de Richter. Les blouses deviennent des rectangles coulisés comme des baies vitrées, les robes, des sculptures de vent, des ondées bleu lagon ou vert tropical (Issey Miyake). « L'air, l'eau, les idées, les images, le corps : tout est mouvement. Paradoxalement, jamais ce corps n'a été aussi entravé, presque immobilisé », affirme Alaïa Mikli, qui décline l'été en trenchs et pantalons de bache déperlante, sur le thème d'un nouveau rapport entre l'homme et son environnement, là où le chic utilitaire s'impose comme une hygiène de vie et de voyage, rempart souple aux agressions climatiques. Doublure filet

L. B.

BISE
Coupe-vent à capuche en polyester et pantalon beige en coton et polyamide, Jil Sander.



LOEWE



EMPORIO ARMANI



0.55

Handwritten notes and signatures at the bottom of the page, including "AV - 29", "C29", and a circled "C29".

صوتنا من الامل

IV / LE MONDE / JEUDI 11 MARS 1999

T E N D A N C E

caméléon, le jean revient sur le haut de la scène créative, des promesses en poche. Après avoir été l'étoffe des héros, le denim s'impose, comme celle de toutes les métamorphoses

la bande

CYAN
Stitched denim,
robe avec l'impression jean
en trompe-l'œil,
Pleats Please d'Issey Miyake.

COBALT
Le Elwood de G-Star
en denim brut
et aux genoux
préformés façon
pantalon de moto.

d

ans Sur la route, le roman culte de la « beat generation », Jack Kerouac écrivait « Dean portait des blue-jeans rétrécis et un maillot, et avait l'air soudain d'être redevenu un vrai mec de Denver. » Emblème de la virilité révoltée, du cow-boy au rocker, des chercheurs d'or à James Dean, le jean, qui a fait son entrée en 1999 dans le Dictionnaire des mythes d'aujourd'hui (sous la direction de Pierre Brunel, éditions du Rocher, 298 F, 45 €) accuse ces

temps-ci les rides d'une certaine époque. (Voir Le Monde daté du 12 février). Celle où les ragazzini avisés comme le rappelle La Stampa du 24 février 1999, savaient parler d'un « L'vâis » avec l'accent américain. Les héros d'hier sont au chômage, et Paul Smith après avoir présenté une image en dammes sous le titre Denim, peut lancer ses invitations zen : dans l'un de ses catalogues de l'été 1999, un jeune homme pose, assis en tailleur, tel un sage méditant... Plus de 6 000 personnes licenciées chez Levi's en 1997, onze usines fermées aux États-Unis, le western wear lâcherait-il la poussière ? « Ce n'est pas parce que le géant mondial délocalise et restructure sa production industrielle, qu'il faut faire des raccourcis. Il n'y a pas de crise du jean, il faut faire la différence entre le symbole et l'usage », affirme Pascal d'Halluin, directeur général de Lee

Cooper France. L'avenir du jean passe par des tissus plus élaborés, plus techniques, des formes multifonctionnelles, capables de s'adapter à une demande de plus en plus précise, et aussi volatile. Si le « cinq poches » représente toujours 50 pour cent du chiffre d'affaires chez Lee Cooper, le chinos qui a fait la fortune de Dockers, le cargo, le charpentier, ont depuis le début des années 90,

bouleversé les règles d'un jeu trop longtemps entretenu par la nostalgie. Etoffe pendant plus d'un siècle de l'Amérique profonde et de ses grands espaces, le « cinq poches » traditionnel des trois « big three » (Levi's, VF - Lee et Wrangler - et Guess) a perdu de sa superbe. On assiste désormais à l'assaut des internautes en XXL griffés Tommy Hilfiger, Arizona - dont les ventes ont grimpé de 5 millions de dollars en 1991 à 1 milliard en 1996, ou encore Kik Wear et Revatex Inc., la première société à commercialiser des jeans ultra-larges, dits « jinkos », dont raffolent les teenagers : en 1998, à Opelousas, aux États-Unis, une petite ville de Louisiane de vingt mille habitants, la police a dressé des contraventions aux porteurs de « baggy pants » pour outrage à la pudeur, une infraction passible de six mois de prison... Banalisé par une distribution et une production à outrance, officialisé par les quadragénaires comme l'uniforme de la décontraction, le jean standard quitte le navire pour reprendre ses marques ailleurs, de manière plus individuelle et plus créative. Plus pragmatique, la nostalgie se reconcentre sur un soin

apporté à la fabrication : voir le « denim plombier » fini à la main chez Diesel, une société qui vingt ans après sa création, emploie 10 000 personnes et réalise un chiffre d'affaires de 260 millions d'euros. En France, où les ventes de jeans atteignent 45 millions de paires - contre 46,9 en 1997 - (source Secodip), des marques comme G. Star, créée en 1991 en Hollande, peuvent afficher leurs scores, à travers la commercialisation de jeans dans vingt styles différents, treize tailles, six longueurs, vingt-deux délavages, du « aged » (usé) au raw denim (denim raide et non lavé, de couleur grise). La nouveauté vient encore du soin apporté à l'image, comme en témoignent les campagnes publicitaires de Diesel, ou le catalogue Raw Essentials de G. Star de l'été 1999, mise en scène dynamique du corps en trois volumes, qui tranche avec la communication façon « Road Movie » - la blonde Coca Cola en santiags - de certaines marques qui n'ont pas anticipé les changements sur le terrain. « Comment faire un jean qui a l'air d'avoir été porté tout en étant neuf ? », s'est demandé en 1994 Pierre Morrisset, styliste de



LANVIN
PARIS

ENCRE
Corset en denim
sablé de cuir
blanc et jupe
longue assortie,
Thierry Mugler.



SAPHIR
Robe-fourreau
« L'écume des
jours » en jean au
délavage dégradé
et garni de plumes
d'autruches, gants
en jean assortis,
Jean Paul Gaultier
Haute Couture.



palette
tutti frutti

- **Washing Machine**
The washing machine is a very important appliance in the kitchen. It is used to wash clothes and linens. It is usually located in the laundry room or the basement.
- **Refrigerator**
The refrigerator is a very important appliance in the kitchen. It is used to keep food fresh and cold. It is usually located in the kitchen.
- **Stove**
The stove is a very important appliance in the kitchen. It is used to cook food. It is usually located in the kitchen.
- **Dishwasher**
The dishwasher is a very important appliance in the kitchen. It is used to wash dishes and utensils. It is usually located in the kitchen.
- **Freezer**
The freezer is a very important appliance in the kitchen. It is used to keep food frozen. It is usually located in the kitchen.
- **Range Hood**
The range hood is a very important appliance in the kitchen. It is used to remove smoke and odors from the kitchen. It is usually located in the kitchen.
- **Water Heater**
The water heater is a very important appliance in the kitchen. It is used to heat water for the kitchen. It is usually located in the laundry room or the basement.
- **Garbage Disposal**
The garbage disposal is a very important appliance in the kitchen. It is used to dispose of food waste. It is usually located in the kitchen.
- **Sink**
The sink is a very important appliance in the kitchen. It is used to wash dishes and utensils. It is usually located in the kitchen.
- **Countertop**
The countertop is a very important appliance in the kitchen. It is used to prepare food. It is usually located in the kitchen.
- **Backsplash**
The backsplash is a very important appliance in the kitchen. It is used to protect the wall from splatters. It is usually located in the kitchen.
- **Lighting**
The lighting is a very important appliance in the kitchen. It is used to illuminate the kitchen. It is usually located in the kitchen.
- **Decor**
The decor is a very important appliance in the kitchen. It is used to decorate the kitchen. It is usually located in the kitchen.

-Publicité

LE MONDE / JEUDI 11 MARS 1999 / VII

GIORGIO ARMANI

6, Place Vendôme, Paris

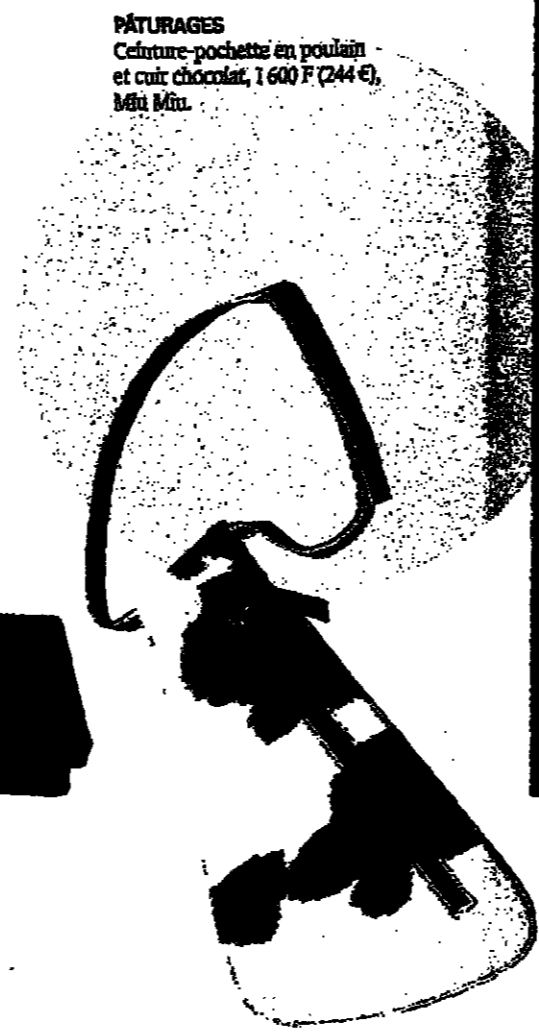
051 7143

صوتنا من الداخل

ACCESSOIRES



SECRETS
Sac en cuir rose sorbet de « La promenade chic de Madame à Paris », 2 160 F (329 €), chez L'Eclaireur.



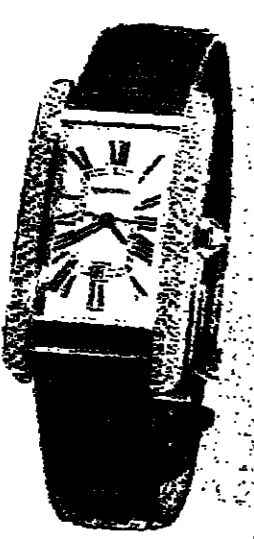
PÂTURAGES
Ceinture-pochette en poulain et cuir chocolat, 1 600 F (244 €), Miti Miti.



EN POCHÉ
Organizer de poche en édition limitée, Série 5, et sa pochette en cuir, 4 990 F (761 €), Pslon.



GRADINS
Bob en toile de lin et coton brut beige ou vert, 680 F (104 €), Prada, broche libellule de strass, 1 400 F (40 €), Agatha.



ASSURANCE
Créée en 1921, la montre Tank américaine dans sa nouvelle version joaillière, en or gris sertie de 103 diamants de 1,28 carat, bracelet en alligator marine, 108 000 F (16 464 €), Cartier.

CHOC
Caban en vachette grainée Ardennes, bavane doublée de chèvre rouge, 15 550 F (2 370 €), Hermès.

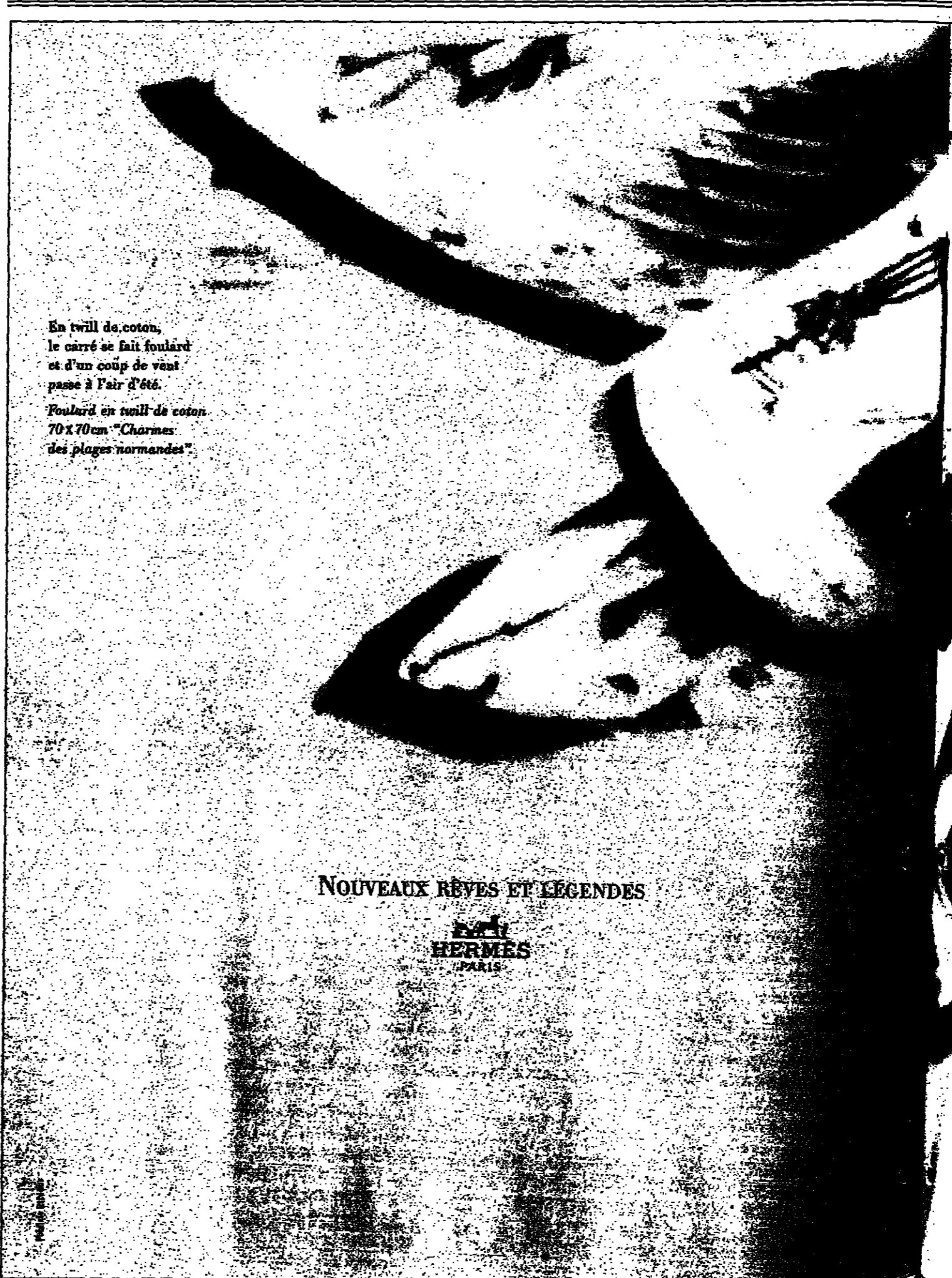


ENVOI
Balletine blanche Papillon, 1 700 F (258 €), Marc Jacobs chez Colette.

cultes modernes

peçoarrasse de ses vieux tics, le vive la essentiel, retrouvant de couleurs en logos d'écarts, d'humour en efficacité, lesont de ses caris ons, à tous les bris de la tête aux pieds. Il affronte le pume avec optimisme, paré pour toutes les aventures. Entre vrai faux et pierres précieuses, ra ons aiguille et semelles de course, lignes tranchées et néons psychédéiques, bleu denim et roses poudées, l'humour s'offre à tous les mélanges, tous les télétrajets, du néo au vintage.

STAR TREK
Poulaines futuristes bicolores et semelles en plastique, 2 350 F (358 €), Chanel.



En twill de coton, le carré se fait foulard et d'un coup de vent passe à l'air d'été. Foulard en twill de coton, 70 x 70 cm, "Charmes des plages normandes".

NOUVEAUX RÊVES ET LEGENDES

HERMÈS PARIS

Les deux tiers de la population
 ne trouvant de travail
 ni d'amour en effort
 dans pris, à tous égards
 les affirment et s'efforcent
 de parer pour tous
 être vrai faux et parer
 à pris à guille et sans
 les tranchées et ne
 plus bleu denim et
 l'ameur s'offre à tous
 et tous les téléscopages
 au au vintage

ÉVASION
Blouson en jean, 1 500 F (229 €),
ceinture en bois teinté rubis,
2 750 F (419 €),
Yves Saint Laurent.

URBAIN
Original Calvin, 590 F (90 €),
Calvin Jeans, et en poche,
l'agenda électronique série S,
édition spéciale de Nokia,
4 990 F (761 €).

PREMIER RANG
Sac en jean Fendi, 1.600 F (244-E),
chez Colette

LE MONDE / JEUDI 11 MARS 1999 / IX

IMMAGINE « air brush », à motif
 diorama in cotone,
 100%

CASINO PARADE
Diamant jonquille, taille radiant
de 12 carats et deux diamants
triangles de 2,10 carats montés
sur une monture en or jaune,
Harry Winston.

CHARME
Boucles d'oreilles dites
« dormeuses » en métal doré, l'une
en cristal fumé et bleuté, 260 F
(37 €), l'autre en forme de losange
serti de strass, 150 F (23 €). Agatha.

ALTITUDE
Coup de pied au minimalisme
avec une paire d'escarpins
en serpent et cuir jaune fluo,
1 950 F (297 €). Miu Miu.

FARNIENTE
Des lunettes-masques
en acétate écaillé,
1 800 F (274 €). **Il Sander.**

PASTILLE
Débardeur gris
en Tencel et Lycra
avec un pois marron
cousu dans le dos,
975 F (149 €),
Gaspard Yurkievich
au Printemps
Hausmann.

Réalisation
Benjamin Gallopin.
Photos Joseph Benita.

صكنا من الراحل

fards couture.

une nouvelle génération de maquilleurs réinvente les textures et fait vibrer sur la peau une palette tout en nuances et en jeux de lumière. Dans une envie de plaisir et de sophistication retrouvée, les couturiers mettent la main à la pâte

défini-
vement, les codes de l'élégance ont changé. En 1996, le Rouge Noir de Chanel, un vernis à ongles noir aux reflets de sang, se vendait au rythme d'un flacon toutes les secondes dans le monde et Midnight Blue de Givenchy, un rouge à lèvres bleu profond, était introuvable. Ses ventes avaient dépassé en trois mois les cent mille exemplaires alors que la marque tabulait (pour vingt mille tubes !) sur un franc succès. Personne n'avait anticipé ce retour de la couleur, cet appétit, ce désir fébrile de s'amuser avec l'arc-en-ciel.

« Les femmes en avaient assez de la rigueur des années 80 », dit Carlos Villalon, directeur artistique de Helena Rubinstein. Elles ont envie d'être fuyantes, légères, superficielles, d'interpréter différents personnages féminins pour, de nouveau, séduire, tourner la tête aux hommes. Elles font les coquettes et le marché explose. En 1998, les ventes de vernis à ongles ont grimpé de 14 %, celles des fonds de teint de 9 % et celles des fards à paupières de 22 % (source L'Oréal).

Ce succès a un secret : la fantaisie, l'imagination d'une nouvelle génération de maquilleurs. Avec leur exubérance, leur décapante fantaisie et leur brin de folie, Topolino, Tom Pecheux, Fred Farrugia, Stéphane Marais ont inventé de nouvelles couleurs, de nouvelles textures, imaginé sur la peau des effets de lumière et de transparence qui ont, d'un seul coup, démodé, ringardisé les palettes des grands noms du maquillage. Ce printemps, chacun à sa façon, ils réinterprètent le pastel, lui donnent une fraîcheur, une pureté, une candeur cristalline. Les nuances brillent de reflets irisés, se posent d'un même geste sur les lèvres, les yeux et les joues et se fondent sur le visage. Une nou-

velle nudité apparaît. Elle s'incarne dans ses gloss à lèvres dont Lip Brio de Lancôme ou Shine Booster de Christian Dior qui glacent la bouche, la polissent, la font briller comme un miroir et lui donnent un bombé érotique inouï. Ce sont aussi ces fonds de teint dont les pigments s'adaptent aux variations de lumière pour donner l'air photographique. Désormais sous contrat avec Gemey, Lancôme..., ces artistes obligent les autres à réagir. Chanel se raccroche désormais aux podiums en commercialisant le make-up de ses défilés. C'est « The Look of The Show ». Un « look » demande dix-huit mois de préparation. Où est la vraie création, où se cache le marketing ? « Aujourd'hui, la créativité s'organise sur des prouesses techniques », commente Dominique Montcourt, directeur international du maquillage Chanel. Nous avons tout un panier de produits, de textures, d'applicateurs dans lequel, avec Karl Lagerfeld, nous puisons pour chaque collection deux ou trois concepts que nous finalisons. » Ce printemps, le « Star Product of The Show » est le Quatuor Lèvres Moirées, une palette de quatre gloss métalliques. Chez Givenchy, Alexander Mac Queen met la main à la pâte. A l'automne prochain, Givenchy Beauté fêtera ses dix ans avec un nouveau packaging dessiné par le peintre argentin Pablo Reinoso. Avec « La vraie beauté est immortelle », Serge Lutens signe sa dernière collection pour Shiseido. Ce créateur qui a fait Shiseido en Europe se consacre désormais aux salons du Palais-Royal, et prépare pour l'an prochain une griffe au luxe, à l'originalité inouï. En attendant une prochaine ligne – peut-être signée par l'Anglais Dick Page –, il remplace au Japon Kevin Aucoin, lequel, devenu libre, devrait beaucoup intéresser L'Oréal Perfection, en quête depuis plusieurs saisons d'un maquilleur vedette. Shiseido lance à l'automne « Clé de peau », ces fabuleux fonds de teint créés par Stéphane Marais et

que toutes les actrices s'arrachent. Chez Christian Dior, toujours artistiquement dirigée par Tyen, l'atmosphère s'adoucit. Elle a désormais la frivolité, la sensualité si chères à John Galliano. Et de son côté, pour Yves Saint Laurent comme pour sa propre marque By Terry, Terry, qui est une des seules femmes à ombrer le visage des autres femmes, n'a de cesse que de leur redonner le plaisir du jeu. « Dans les dix ans à venir, le maquillage va évoluer autour de deux tendances : une totale extravagance de la non-couleur, une interprétation des matières et des volumes quasiment en trois dimensions, et un make-up extrêmement sérieux, archiscientifique, hautement technologique pour une sensation de plaisir. Nous allons sortir de l'ère de la couleur pour entrer dans celle de la matière. L'ère et le paradis seront en totale osmose. La nouvelle révolution sera sensorielle, émotionnelle et descendra du visage vers la pointe des pieds. » Préliminaire, cet été, avec l'émergence d'un maquillage corps, très embellissant.

Catherine Jazdzewski

ombres et lumières

- **Grigri.** Dans sa nouvelle ligne New Classics, Helena Rubinstein lance deux perfectionneurs à lèvres, Joker White et Joker Black, pour éclaircir ou intensifier la nuance d'un rouge. 125 F (19 €).
- **Poudré.** Une poudre libre soyeuse, veloutée, parfumée à la rose de mai et protégée dans un flacon à pinceau intégré, Chanel. Poudre carresse, quatre nuances éclat de lumière, 195 F (39 €).
- **Bonheur en duo.** Rouge Caché, une édition limitée de Christian Dior. Dans un seul tube de rouge à lèvres, deux teintes fusionnent pour en donner une troisième, 122 F (19 €).
- **Soleil Levant.** Rouges à lèvres longue tenue « idéal performant », aux couleurs créées par Serge Lutens et inspirées des kimono anciens, feuille sépia, rose brisée et mauve fanée, 120 F (18 €), Shiseido.
- **Halo.** Signée Orlane, cette Base Lumière donne un reflet irisé à la peau. Elle se pose sur le fond de teint et en petites touches sur le décolleté, existe en nacré et doré, 155 F (24 €). Poudre de teint transparente « blanc pur » pour les carnations laiteuses et « jaune pastel » pour unifier la peau, 95 F (14 €), Mosaïs de Guerlain.
- **Fleur d'eau.** Les Ombres phytoaromatiques de Sisley jouent la magie de l'Asie et contiennent du calendula et de l'aubépine, 75 F (12 €).
- **Jet-set.** Nouveau vernis à séchage ultrarapide – une minute – de L'Oréal Perfection. Six sulfureuses teintes auxquelles on donne différents reflets en appliquant en surcouche le Top Coat Festival, un or à reflet vert, ou Top Coat Métamorphose, un or à reflet indigo, 36 F (5 €).
- **Bonbons.** Les Crayons Poudre Crème de Yves Saint Laurent sont des crayons à yeux, à teint... à tout. On applique, on estompe, c'est fondu. Epatant pour camoufler. Huit couleurs, 88 F (13 €).
- **Express.** Zapping de Lancôme, un vernis qui s'enlève sans dissolvant. Il tient un jour, on l'enlève d'un coup d'ongle. Douze tons d'été, 80 F (12 €).

ONDINE
Silhouette tout en courbes
et en fragilité retrouvée,
inspirée d'un modèle
haute-couture de Christian Lacroix



charme galerie de beauté

dans l'une des plus jolies rues de Berlin, calée entre une librairie d'art et un hôtel de charme, vient d'ouvrir la Beauty Gallery de Shiseido. Inspirée du Cosmetic Garden de Tokyo, cette galerie de beauté est un lieu inédit en Europe, qui signe la déroutante des circuits traditionnels de vente. Comme des tableaux mis en scène par l'un ou l'autre de cette nouvelle jeune génération d'artistes japonais très influencée par le Bauhaus, y sont présentés toutes les couleurs, toutes les poudres, tous les produits du maquillage Shiseido. On peut tout toucher, tout essayer, se farder façon geisha puis l'effacer pendant des heures et repartir sans rien acheter. Ici, rien n'est d'ailleurs à vendre. Ce n'est ni une parfumerie ni un atelier de make-up façon Mac, mais un laboratoire de plaisir qui doit donner envie aux femmes d'oser se maquiller. Impossible d'y résister. Elles sont déjà une centaine à se laisser chaque jour prendre au jeu et au désir. Elles ne sont pas les seules. Le phénomène se répand. Dans Soho, à New York, Helena Rubinstein s'apprête à ouvrir, sur le même principe, une maison de beauté. Objectif : mieux connaître, mieux initier, mieux fidéliser les clientes. (Shiseido Beauty Gallery, Bleidreue Strasse n° 32, 1072 Berlin, tél. 49-30-886-79-840.

C. J.



صباح الخير

XVI / LE MONDE / JEUDI 11 MARS 1999

(Publicité)

LOOK OF THE SHOW PRINTEMPS 1999

LES QUATRE OMBRES "PÉTILLANTS", HYDRABASE "MOIRÉ",
LE VERNIS "MIROBOLANT", QUATUOR LÈVRES MOIRÉES

*LE MAQUILLAGE DU DÉFILÉ



Les patrons



Le populisme phénomène tu

